

## *tipología de calada del cuestionario político*

PATRICIA ŠTAMBUK MAYORGA

Catedrática de Periodismo  
Universidad Católica de Valparaíso, Chile

### RESUMEN

Un análisis de contenido de entrevistas interpretativas publicadas en los principales medios de comunicación social escritos de Chile antes y después de una elección presidencial revela sus marcadas preferencias en fuentes y temas. Los políticos y la política dominan en el menú periodístico, pero los proclamados “temas reales” o “de la gente” son, al mismo tiempo, la agenda ausente. El artículo entrega antecedentes de esta mediación insatisfactoria de la prensa, advierte sobre la uniformidad en la organización de los textos y propone una metodología para examinar la calidad y tendencias del cuestionario político a partir de una tipología de las preguntas de los periodistas.

**PALABRAS CLAVE:** entrevista a fondo, fuentes, temas, cuestionarios, medios de comunicación.

### ABSTRACT

A content analysis of interpretative interviews published in the main written media of Chile before and after a presidential election reveals their marked preferences to both sources and topics. Politicians as well as politics dominate the journalistic menu; however, the so-called “real topics” or “people’s topic” are, at the same time, the absent agenda. This article provides data about this unsatisfactory mediation of the press; it also warns about the uniformity in the organization of the texts; and it proposes a methodology to examine the quality and tendencies in the political questionnaire based on a typology of the questions of journalists.

**KEY WORDS:** in- depth interviews, sources, topics, questionnaires, mass media

## **1. ¿CÓMO LOGRAR UNA BUENA ENTREVISTA?**

Producir una entrevista relevante por sus contenidos, amena y perdurable como testimonio de un pequeño fragmento de la historia, es un ejercicio que combina oficio y azar en una proporción impredecible.

El personaje y los temas pueden ser interesantes, pertinentes y oportunos. La documentación, adecuada. El cuestionario, profundo, exigente y aplicado con tenacidad. El tiempo, suficiente. Las técnicas, el talento y la inspiración para escribirla, de primera, pero aún así no se puede asegurar el resultado final ni el interés y la crítica del público lector. He ahí uno de sus aspectos más apasionantes.

La entrevista a fondo o en profundidad es la expresión más elaborada y extensa de la técnica básica del periodismo, el diálogo entre quién pregunta y quién responde, y la consideramos como una estructura del género interpretativo, caracterizado por la búsqueda de precisiones, explicaciones y por una contextualización más completa de los hechos y sus protagonistas.

Cuando redactamos no pretendemos tipificar cada parte de nuestro texto ni identificar sus elementos, pero sí debemos hacerlo en el aula. Es allí donde se evidencia que para juzgar la calidad y sesgo del producto, o para evitar presunciones no fundamentadas sobre orientaciones ideológicas, preferencias temáticas y de fuentes u originalidades estilísticas, entre otros aspectos, no basta un ejercicio prolijo del oficio ni una lectura regular y diversificada. Tampoco son suficientes las pautas, que están presentes y con diversidad de matices en los textos del oficio, menos aún si son entendidas como recetas seguras, siendo que la casuística es de difícil o imposible repetición.

El déficit de estudios de los productos de la prensa nos motivó a revisar varios aspectos en forma simultánea a través del análisis de contenido, con listados de clasificación diseñados específicamente y que pretendieron ser lo más exhaustivos posibles para el registro de repertorio, calidad y tendencias.

El riesgo latente, como periodistas, era perder o extraviar el libre gozo de leer y escribir una buena entrevista, caer en la deformación de diseccionarla a cada línea en vez de dejar correr las manos en el teclado o la vista sobre las páginas del semanario. El beneficio previsto era enriquecer la autocrítica, contribuir a perfeccionar la docencia y detectar distorsiones en nuestro rol de mediadores con las prácticas del poder en una sociedad democrática.

El estudio comprendió ocho medios de comunicación chilenos que concentran el mayor número de entrevistas a fondo del mercado periodístico local: los cuerpos

dominicales de Reportajes de los diarios La Tercera y El Mercurio, la edición de los viernes del periódico La Segunda, el semanario Qué Pasa, y los quincenarios Cosas, Caras, Ercilla y Veja. Las revistas de estricta actualidad siguen la tendencia de publicaciones afines en América Latina, Estados Unidos y Europa, al preferir los reportajes. Las del tipo magazine, que combinan las temáticas del corazón, la farándula y la sociedad con la actualidad nacional, privilegian la estructura de entrevista, incluso con más de diez productos por número.

Primero se calificó la pertenencia al género interpretativo, conformándose un corpus específico de 431 unidades, en su mayoría multitemáticas- que trataron de preferencia dos y tres materias cada vez-, en un período total de 16 semanas, antes y después de la elección presidencial, en los años 1999 y 2000. Muestras examinadas el 2001 ratificaron posteriormente las tendencias.

La investigación consideró:

1. Las fuentes elegidas por cada medio
2. Los temas principales que definen en lo esencial cada entrevista.
3. Todos los temas tratados en su desarrollo
4. Cada una de las partes que conforman el producto periodístico, desde el título hasta el remate, y
5. Los cuestionarios de las entrevistas políticas.

## **2. FUENTES: LOS PROTAGONISTAS DEL DIÁLOGO PÚBLICO**

### **2.1. ¿A quiénes y por qué se prefiere entrevistar?**

Un resumen a grandes rasgos del perfil del entrevistado preferido en la prensa interpretativa requiere pocas palabras. Es chileno, oriundo de la capital del país, varón ( 67,6%), político, está vinculado con la agenda noticiosa (85,5%) y pertenece a sectores altos y medios.

Estas características son coherentes con las particularidades de la sociedad en que redactores, editores y medios están inmersos. La atención que se confiere a los temas internacionales es casuística y orientada a la catástrofe, es decir, guerras, atentados, accidentes o desastres naturales o provocados, lo que ubica a la política internacional en las páginas informativas y en el área de los reportajes más que en las entrevistas interpretativas.

Luego, se sucumbe al peso de un centralismo endémico, que provoca un desequilibrio informativo recurrente. Los actores de provincias son excepcionalmente considerados por los medios masivos, que exportan su repertorio capitalino a todo el país, sin que ese mayoritario off Santiago de Chile consiga

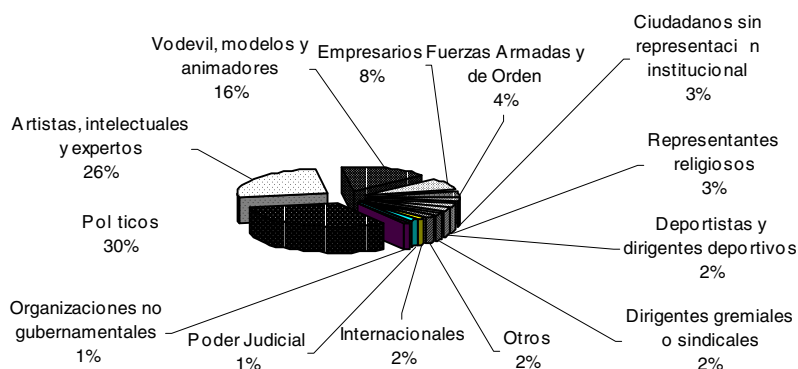
espacios en la agenda nacional, excepto con futbolistas, asesinos o víctimas de dramas y catástrofes.

Los contenidos están determinados por un criterio de actualidad, sobre todo en lo político, donde la gran mayoría de los actores, tanto electos como del aparato público, son hombres. Es importante consignar que la atención preferente por lo noticioso reduce la presencia de aquellos expertos o personajes de alta calificación intelectual y profesional que al estar desvinculados de la agenda mediática no tienen la misma oportunidad de aportar a la exposición, reflexión y discusión públicas de las materias que dominan.

Por último, la exclusión de protagonistas pertenecientes a las clases bajas en estas secciones de mayor profundización de tópicos refleja la mediación distorsionada que es tan habitual en los medios, donde los pobres y marginados ocupan las páginas destinadas a los dramas, pero están ausentes de aquellas que les permitirían sensibilizar al país sobre sus múltiples problemas. Son, justamente, los temas sociales que los políticos, sus representantes, ignoran al ser entrevistados, como ya veremos.

## 2.2. La gravitación de los políticos en las agendas de los entrevistadores

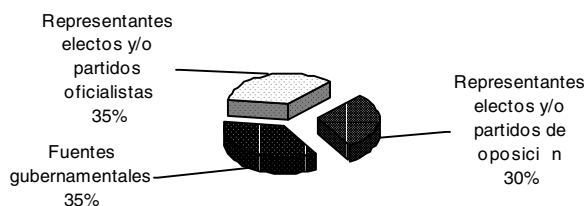
Una de las conclusiones que resulta poco coherente con los estudios de opinión pública es que los políticos ocupen un abultado 30,34% del corpus examinado. En esta cifra están consideradas estrictamente aquellas fuentes que por sus funciones pueden ser calificadas como tales, es decir, alcaldes, parlamentarios, dirigentes, militantes o funcionarios, aunque en la práctica se agregan otras de distinta función naturaleza.



Fuente: Elaboración propia  
(Gráfico 1: Total de fuentes entrevistadas)

La contradicción se presenta al confrontar ese protagonismo con las encuestas que suelen hacer en Chile diversos centros de estudio, principalmente no gubernamentales. Sus resultados refieren una y otra vez el presunto desinterés ciudadano por la política y la baja credibilidad en los políticos. ¿Cómo se justifica, entonces, esta conformación de la agenda mediática? Una de las explicaciones podría ser la que aporta Lorenzo Gomis (1987: 10) al proponer entre sus postulados teóricos del periodismo que *lo que hace que los medios consideren un hecho más noticia que otro es que entienden que provocará más hechos*. Sin duda, la política es un fenómeno que suscita una cadena generosa de acciones y repercusiones, de ataques, denuncias, defensas y comentarios, lo que asegura la deseada continuidad del repertorio escogido.

Respecto al acceso que tienen los actores de la política a los medios, el estudio muestra que los partidos de centro e izquierda y los funcionarios de gobierno ocuparon el 70% de las preferencias, no obstante la fuerte concentración en la propiedad de los medios en un reducido grupo de empresas de comunicación ligadas a la derecha. El 2000, después de la elección presidencial, ocurrió un repunte en las entrevistas a fondo a representantes electos o dirigentes de partidos de la oposición.



Fuente: Elaboración propia  
(Gráfico 2: Fuentes políticas por sector)

### 2.3. ¿Qué otras fuentes prevalecen en el repertorio de los medios?

La segunda fuente más importante agrupó a personas de calificación y trayectoria en sus variadas especialidades: artistas, intelectuales, académicos y expertos, que en suma alcanzaron 25.72%. La posición de los actores culturales chilenos parecía interesante, pero la ilusión se desmoronó al efectuar el cruce con los temas, porque los contenidos de sus entrevistas no son representativos de sus talentos.

La tercera fuente más importante reúne a personas ligadas al vodevil, modelaje o animación, con 15,57%. Sin duda, una de las revistas- incluida en esta investigación debido a su opción preferente por las entrevistas-, contribuyó a abultar las cifras en este Tipo de Fuentes, con su marcada inclinación hacia los contenidos más frívolos. Cuatro MCS prescindieron por completo de la farándula.

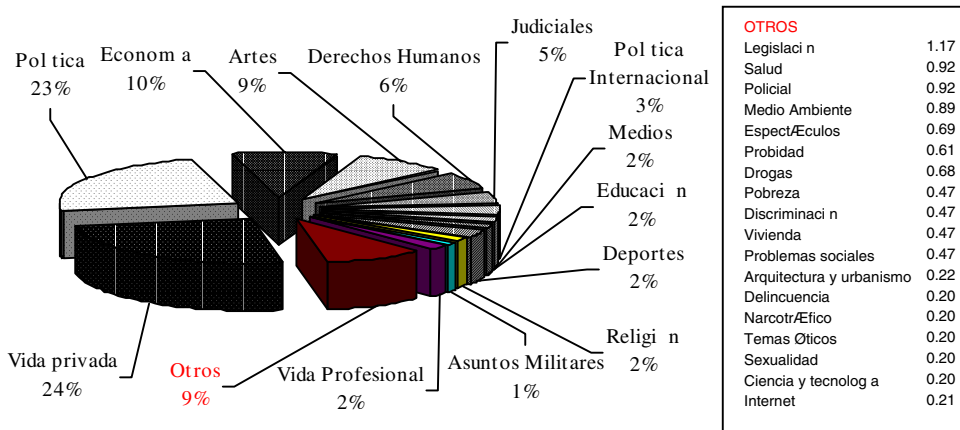
## 2.4. ¿Quiénes son los menos consultados?

Con exiguas cifras que descendieron desde el 2% hasta la ausencia total, figuraron deportistas o dirigentes deportivos, dirigentes gremiales y sindicales, líderes extranjeros, jueces, voceros de organizaciones no gubernamentales, científicos, educadores y jóvenes. ¿Por qué los primeros no fueron entrevistados en profundidad, pese a su enorme gravitación en las páginas informativas y suplementos? Quizás porque el deporte, como pasión de multitudes, florece en los espacios de la prensa que exaltan su carácter de espectáculo competitivo y generador de astros, pero no prospera en aquellos donde podría ser abordado con otras exigencias y puntos de vista, como su potencial para la salud, recreación juvenil, prevención de problemas sociales o educación. Lo curioso es que tampoco sus escándalos, dificultades financieras, administrativas o laborales ni las rencillas frecuentes entre sus dirigentes, suelen ser canalizados hacia las páginas interpretativas.

## 3. TEMAS: EL CONTENIDO DE LAS ENTREVISTAS

Para elaborar una agenda completa de lo tratado en las 431 entrevistas, se consideró una categoría de los asuntos dominantes que definían su naturaleza y otra que comprendió todas las materias abordadas por cada fuente en su transcurso. El listado total de los primeros, denominados Temas Principales, alcanzó a 32.

Las entrevistas fueron de preferencia multitemáticas, es decir, predominó la tendencia a tratar varios temas con el personaje, sobre todo dos y tres, (30,4% y 24,9% respectivamente) más que a concentrarse en uno de ellos. Los medios, a su vez, presentan distintos grados de diversificación. Algunos cubrieron al menos la mitad de esa agenda colectiva y otros, más segmentados, centraron su interés en una cantidad menor de temas.



Fuente: Elaboración propia  
(Gráfico 3: Total tema principal de la entrevista)

### **3.1. La vida privada en las entrevistas a fondo**

Aunque el momento político justificaba aun más la discusión de los problemas que los mismos políticos calificaban de “reales” o “de la gente”, el recuento total de las materias que definieron la esencia de cada entrevista a fondo concluyó en que el Tema Principal más importante fue la Vida Privada (25,5%). La faceta íntima de los personajes es exacerbada por algunos medios e ignorada por otros. Lo singular es que muchas fuentes que por su naturaleza pudieron ser consultadas sobre sus esferas de especialidad o responsabilidad, accedieron a que los medios exploraran exclusivamente o de preferencia sus historias íntimas, tan atractivas para el lector en estos actuales y globalizados tiempos.

### **3.2. ¿A quiénes se entrevista más sobre vida privada?**

Las mujeres fueron quienes más motivaron y permitieron los cuestionarios sobre sus vínculos sentimentales, éxitos y fracasos amorosos. En la muestra de 1999, un 66,1% de sus entrevistas tenía como Tema Principal la Vida Privada. Al año siguiente se registró un descenso al 34,7%, en concordancia con una duplicación de los asuntos tratados con las fuentes femeninas. En casi todos los casos hubo interrogantes y respuestas referidas a la esfera íntima, aunque la entrevistada fuera una jueza de la Corte Suprema, una ministra de Estado, una modelo o la enamorada de un deportista famoso. Ocurrió algo similar, aunque en menor medida, respecto de la sexualidad.

El periodismo, al parecer, sigue asumiendo la participación de la mujer en diversos ámbitos como una excepción que es preciso vincular con los deberes domésticos. O que hay que contextualizar en el plano de la familia vulnerada por esas funciones fuera del hogar. Por cierto, sucede con la anuencia de las entrevistadas, que aceptan convertir sus dramas y aciertos amorosos y laborales en relatos para un público anónimo.

### **3.3. La política y la agenda ausente**

Con un promedio de 23,6%, la Política fue el segundo Tema Principal de las entrevistas a fondo y estuvo presente en todos los medios analizados, aunque con un repertorio que excluyó, antes de la elección presidencial, la mayoría de los temas fundamentales: cesantía, drogas, vivienda, pobreza, delincuencia, narcotráfico, discriminación, corrupción, legislación, sexualidad o seguridad ciudadana.

No sólo entre los Temas Principales se evidenció esta discordancia entre la agenda del periodismo más reflexivo y los asuntos que todos, y en especial los dirigentes y representantes políticos, coinciden en señalar como dominantes y prioritarios para resolver. En el recuento de Todos los Temas Tratados, la Cesantía

alcanzó un exiguo 0,03%; la Pobreza llegó a 0,21%; la Sexualidad a 0,38%; el Narcotráfico a 0,41%; la Educación a 0,46%; la Delincuencia a 0,69% y la Salud a 0,97%. Para registrarlos, bastaba solo una mención en el transcurso de los miles de caracteres de cada entrevista.

En un año propicio para las definiciones programáticas e ideológicas, el discurso público de los actores políticos obvió los problemas estructurales de la sociedad. La discusión a fondo se redujo a los aspectos partidarios y electorales, las controversias entre facciones y personalidades públicas y aspectos de la macroeconomía nacional. Aunque el 2000 se diversificó la agenda, incorporando estos “temas de la gente” como principales en unas pocas entrevistas, los porcentajes totales son ínfimos.

La descontextualización de los problemas medulares del país que practicaron entrevistadores y entrevistados en los productos examinados, son un testimonio de la superficialidad y el efectismo de ambos, inclinados hacia la pirotecnia de la contingencia diaria. La agenda ausente es un fenómeno preocupante en la comunicación. Deteriora la observación y fiscalización del periodismo en democracia y simplifica el debate político que la difusión de ideas y opiniones a través de los medios debiera generar.

El descenso de la Política en seis puntos que se produjo después de las elecciones se justifica por el término de las campañas y la incorporación de 12 nuevos temas. Sin embargo, esa baja fue mas aparente que real. Emergió con claros ribetes políticos el Tema Derechos Humanos (7,6%), producto de la convocatoria del gobierno a una Mesa de Diálogo entre civiles y militares, referida a los ajusticiamientos y desapariciones ocurridos durante el gobierno militar y sus consecuentes juicios.

Los temas secundarios, identificados como Todos los Temas Tratados en cada una de las entrevistas, añadieron pocos nombres al listado de los principales: migración, corrupción y moda.

### **3.4. Actores no políticos que hablan de política.**

La presencia que tiene la política en las páginas de diarios, revistas y suplementos es objetivamente mayor por la participación de otros dos tipos de actores sociales, que a pesar de ser de distinta índole, también se refirieron al tema: los Empresarios (8,15%) que hablaron de contingencia política o economía, en función de los posibles escenarios que se creaban con el cambio de gobierno, y miembros en retiro de las Fuerzas Armadas (3,73%), que aludieron principalmente a los Derechos Humanos, por las expectativas de la citada Mesa



de Diálogo. Las fuentes castrenses, ya desligadas del quehacer público del período de gobierno de las Fuerzas Armadas, pero consultadas en democracia como sus voceros extraoficiales, no fueron significativas en número, pero sí desde el punto de vista de su aparición y continuidad en la prensa, en cuyas páginas se consolidaron como nuevos actores mediáticos.

#### **4. ESTRUCTURA: LA ORGANIZACIÓN DEL TEXTO**

La gran mayoría de los trabajos reflejó profesionalismo en el proceso de construcción discursiva, con un lenguaje culto formal y una adecuada estructuración al redactar cada texto. Este nivel de suficiencia no disculpa otras debilidades, como la semejanza en su presentación, organización y redacción y la escasez de casos con un lenguaje depurado, imaginativo, literario, lo que resumiremos a grandes rasgos.

Es una fórmula segura y práctica de los redactores recurrir casi en su totalidad a epígrafes ( 77,5%) que consignan el nombre y cargo de la fuente (73,8%); títulos de cita directa (55,4%) y bajadas ( 95%) de sumario (72,2%) con los temas centrales tratados, a modo de complemento del título y para atraer la atención del lector.

Las entradas (95%) suelen contextualizar tanto el tema como el personaje, en un número de párrafos que va de uno a cuatro, con descripciones más bien someras, ya sean físicas, psicológicas, de ambiente o de situación. De inmediato se desarrollan los contenidos a través del cuestionario, siguiendo estrictamente el esquema de pregunta/respuesta (96%); en los intertítulos (79%) prevalecen (58%) los de creación por sobre los de cita entrecomillada. Los remates más frecuentes son de cita textual del entrevistado (95,4%). Son escasas las narraciones intercaladas y las citas parafraseadas.

Las informaciones adjuntas al texto principal (36,3%) consisten sobre todo en recuadros (32,9%) que se refieren al mismo tema y con el mismo estilo. En las lecturas de fotos se prefiere la cita entrecomillada (57,7%) y el uso de infografías (1,7%) es infrecuente.

##### **4. 1. La calidad del cuestionario**

Las tendencias que se perfilaron en el estudio, en particular sobre fuentes y temas, comprometen las responsabilidades de entrevistadores y entrevistados, pero los periodistas y los medios donde trabajan son los que tienen el mayor control sobre la selección y jerarquización de los contenidos.

Desde esta perspectiva, tienen mucha importancia el cuestionario que se prepara y aplica, y la calidad de las preguntas. Hecho el diagnóstico sobre fuentes,

temas y redacción, se diseñó una metodología para medir con parámetros objetivos la calidad y tendencias de los cuestionarios periodísticos. Aunque las preguntas son la materia prima esencial del periodista y en ellas es posible identificar recursos específicos, solemos apelar o recurrir a la nomenclatura y las clasificaciones de otras disciplinas, como la sociología y la psicología.

Debido a la diversidad en la selección, el tono y el énfasis de las interrogantes, según las funciones y subsecuentes características de las personas entrevistadas, en esta parte del estudio consideramos solo a las fuentes políticas. Además de ser las preferidas en las entrevistas del género interpretativo, son las que provocan en Chile un interrogatorio de mayor exigencia, destreza y recursos profesionales, por su propia naturaleza, representatividad y responsabilidad social.

La atención puesta en las preguntas tenía también que ver con la autocrítica en la profesión. Si los temas proclamados como los “de la gente” o “reales” estén ausentes o apenas tratados en esas entrevistas, la culpa puede ser repartida entre los dos protagonistas del diálogo. Pero si el cuestionario no demanda respuestas concretas, veraces, explicativas de los asuntos que se indagan, en vez de artilugios retóricos, es una carencia del propio oficio. ¿Cómo calificar, entonces, la calidad y tendencias de ese conjunto de interrogantes de variada índole que conforman el cuestionario de la entrevista interpretativa?

Sin dejar de considerar que hay estilos personales y recursos para facilitar un diálogo fluido y franco, ciertas claves del oficio de una entrevista política bien planificada nos condujeron a precisar una tipología, vinculada, entre otras, a las siguientes características generales:

- El grado de “conflictividad positiva”, es decir, la confrontación provechosa en función de respuestas precisas, reflejado en el cuestionamiento que hace el periodista respecto al pensamiento y actuaciones del entrevistado y en la exigencia de definición de pensamiento y coherencia del discurso de la fuente consultada.
- El grado de conocimiento del tema por parte del entrevistador, demostrado, por ejemplo, en la capacidad de contrapreguntar y confrontar, es decir, de exigir precisiones al entrevistado, o en las acotaciones documentadas frente a sus declaraciones.
- La insistencia o tenacidad con que el periodista busca respuestas concretas y enfrenta las evasivas tan propias de las fuentes políticas.

También fueron consideradas aquellas preguntas que indagan sobre aspectos específicos de los temas y que no implican intenciones subyacentes por parte del entrevistador, y las preguntas ilativas o inocuas, que favorecen la continuidad del

diálogo. El registro comprendió, además, las interrogantes inducidas, donde el periodista intenta que la fuente asuma sus aseveraciones, con o sin documentación y opiniones.

Finalmente, incluimos las preguntas hipotéticas, como un posible matiz de la relación entre estilo de cuestionario, fuente y tema -ya que los políticos suelen rechazarlas, mientras que los intelectuales y artistas aceptan con agrado responderlas-, y las genéricas, que al afirmar o sugerir no identifican ni personal ni institucionalmente a las fuentes. Esta falta de atribución real también puede ser vinculada a la calidad periodística.

#### **4.2. Tipología de cuestionario político**

- a) De confrontación con dichos y/o acciones de fuentes discrepantes con el entrevistado.
- b) De confrontación con dichos y/o acciones de fuentes afines al entrevistado.
- c) De confrontación con sus propios dichos y/o acciones anteriores.
- d) De insistencia en búsqueda de respuestas.
- e) De cuestionamiento o puesta en duda sobre declaraciones, acciones o propósitos del entrevistado o del sector que representa.
- f) De exigencia de definición de pensamiento, nociones o acciones referentes a las características o funciones de la fuente y al sector que representa.
- g) Que indaga sobre aspectos específicos del tema que se está tratando.
- h) Inducida favorable al entrevistado.
- i) Inducida desfavorable al entrevistado.
- j) Aseveración documentada que reafirma al entrevistado
- k) Aseveración documentada que discrepa con el entrevistado.
- l) Aseveración documentada ilativa.
- m) Aseveración que reafirma al entrevistado.
- n) Aseveración que discrepa con el entrevistado.
- o) Aseveración ilativa.
- p) Aseveración con opinión del entrevistador.
- q) Aseveración que precisa conceptos.
- r) Preguntas inocuas o ilativas.
- s) Hipotéticas
- t) Genéricas

El corpus fue reducido a 48 entrevistas políticas analizadas en el período, de las cuales solo nueve correspondieron a mujeres. En definitiva fueron 38 fuentes, debido a su repetición en los medios. Las categorías aplicadas a las interrogantes pretendieron contribuir a una definición cualitativa sobre el cuestionario, aproximando una tipología específica en la práctica del periodismo.

**Tabla 1: Tendencia general de los cuestionarios**

Tipo de pregunta	Porcentaje
Exigencia de definición de pensamiento, nociones o acciones referentes a las características o funciones de la fuente y/o al sector que representa	28.6
Que indaga sobre aspectos específicos del tema que se está tratando	28
De cuestionamiento o puesta en duda sobre declaraciones, acciones o propósitos del entrevistado o del sector que representa	9.8
De insistencia en búsqueda de respuesta	7.7
Aseveración que discrepa con el entrevistado	7.3
Aseveración con opinión personal	3.9
De confrontación con dichos y/o acciones de fuentes afines al entrevistado	3.3
De confrontación con dichos y/o acciones de fuentes discrepantes	2.96
Aseveración ilativa	2.0
De confrontación con sus dichos y/o acciones anteriores	1.6
Aseveración documentada que discrepa con el entrevistado	1.24
Aseveración que reafirma al entrevistado	0.9
Inocuas o ilativas	0.9
Inducida favorable al entrevistado	0.6
Inducida desfavorable al entrevistado	0.6
Aseveración que precisa conceptos	0.4
Aseveración documentada ilativa.	0.1
Aseveración documentada que reafirma al entrevistado	0.1

La aplicación de esta plantilla, que permitió clasificar la totalidad de las preguntas formuladas, reveló tendencias generales y además específicas por cada medio de comunicación y autor.

El alto porcentaje que se obtiene con la suma de los cinco tipos de preguntas más aplicadas demuestra la preocupación por obtener, ratificar o rectificar información relevante; en unas, por medio de una conflictividad positiva del entrevistador, y en otras por su afán de contextualización, inherente al género interpretativo.

Hubo menos interés en confrontar las declaraciones de las fuentes con dichos o acciones anteriores, propias, afines o antagónicas, lo que sin duda requiere de una adecuada documentación. Consideramos que la aplicación de este recurso es un alerta necesario ante el frecuente inmediatez de las fuentes políticas, el olvido de sus posiciones pasadas en distintas circunstancias o el incumplimiento de los compromisos adquiridos con los ciudadanos en las campañas.

Tampoco hubo gran disposición para oponer argumentos, lo que ratifica, en parte, la prescindencia de opiniones del entrevistador en sus preguntas, en un claro purismo del género. Esta tendencia nos evoca el estilo completamente opuesto de Oriana Fallaci, modelo en su momento como interrogadora agresiva y opinante. Ella cobraba responsabilidades a los representantes del poder, personificando el agravio de los gobernados frente a quienes decidían la guerra y la paz, la dignidad o el oprobio, la riqueza o pobreza de sus pueblos. La escasa presencia de aseveraciones documentadas, por otra parte, podría entenderse como un estilo donde hay más recursos de efecto que una real y exigente mediación.

Del total de los cuestionarios examinados, hubo 1,44% de opiniones genéricas referidas a la fuente y no atribuidas, y un 0,86% de formulaciones hipotéticas. En ambos casos, su presencia ocurrió solamente en algunos de los medios de comunicación.

## **5. CONCLUSIONES**

El análisis de los datos obtenidos en este estudio sugiere el ejercicio de un periodismo de reflexión circunscrito a repertorios que excluyen o soslayan demandas, problemas y actores relevantes del medio social. Ni pobres, ni jóvenes ni indígenas o científicos tienen espacios en sus páginas. Los efectos que están provocando la globalización, la economía neoliberal, los cambios tecnológicos, sociales y culturales, evidenciados aunque en forma somera y fragmentada en las noticias de prensa, radio y televisión, no están debidamente representados en los temas y fuentes de las entrevistas a fondo.

Consideramos que algunos de los principales objetivos de las entrevistas del género son canalizar hacia sus espacios los temas y fuentes de la agenda, para

relacionar hechos y dichos, contribuyendo a su clarificación; agregar otros tópicos y actores que están fuera de la pauta editorial convencional y construir relatos calificados, con protagonistas que interpreten la pluralidad social.

La tendencia, al contrario, es aplicar un tamiz muy grueso de la agenda informativa, que ya trae sus propios sesgos y carencias. Así, con cierta despreocupación e irresponsabilidad no asumida, se ignora en estos espacios privilegiados los temas con que la prensa informativa estremece a diario a la sociedad. Ocurre lo mismo con la concentración de su interés en algunos tipos de fuentes, las más obvias y recurrentes. La preferencia por explorar la vida privada de los personajes de toda índole y la exclusión de los asuntos públicos ligados al desarrollo y equidad social, a la calidad de vida, son una contradicción que hace aconsejable una revisión crítica y regular del periodismo nacional.

En lo formal, se incurre en la uniformidad de la organización de los textos. Si bien hay acierto en las contextualizaciones básicas, en la amenidad y calidad general, falta creatividad, estilo personal, diversidad y recreación de atmósferas. Tanto en aspectos de redacción como de contenido, los productos examinados se inclinan hacia las soluciones convencionales antes que originales. Fuentes conocidas, temas polémicos, cuestionarios de principio a fin.

Por último, la tipología de cuestionario periodístico que se propone tiene el fin de facilitar una evaluación más objetiva de las entrevistas políticas. Sin duda, la planificación y aplicación de un conjunto de interrogantes bajo el rigor de estos cánones demanda un alto nivel profesional, coherencia con la línea editorial del medio de comunicación, documentación adecuada, compromiso y claridad con los temas, independencia respecto de la fuente y un calificado trabajo en terreno.

En definitiva, una entrevista a fondo exigente y proficua, cualquiera sea su tema y personaje, requiere la aplicación en plenitud de múltiples talentos y técnicas del oficio, y un periodismo activo y verdaderamente mediador debiera reflejar en mayor medida la pluralidad y diversidad que caracterizan a la sociedad donde está inserto. Los resultados de este estudio indican que hay deficiencias y omisiones que merecen ser reflexionadas y, ojalá, corregidas.

## BIBLIOGRAFÍA

ARFUCH, Leonor (1995): *La entrevista, una invención dialógica*. Barcelona, Paidós Comunicación.

- BLACK, DAVID y otros (1995): *Lo mejor de Rolling Stone*. Barcelona, Ediciones B.
- CANTAVELLA, Juan (1996): *Manual de la entrevista periodística*. Barcelona, Ariel Comunicación.
- (1999): “Textos dinámicos y atractivos para un periodismo cambiante. Aproximación a las tendencias del futuro en los géneros periodísticos” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 5. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense.
- CASASÚS, Josep María y NUÑEZ LADEVÉZE, Luis (1991): *Estilo y géneros periodísticos*. Barcelona, Ariel Comunicación.
- DIAZ NOCI, Javier (2000): “Las raíces de los géneros periodísticos interpretativos: precedentes históricos formales del reportaje y la entrevista” en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, nº 6. Madrid, Servicio de Publicaciones de la Editorial Complutense.
- FALLACI, Oriana (1974): *Entrevista con la historia*. Barcelona, Noguer.
- GOMIS, Lorenzo (1987): *El medio media*. Barcelona, Mitre.
- HALPERÍN, Jorge (1995): *La entrevista periodística, intimidades de la conversación pública*. Buenos Aires, Paidós.
- LOZANO, José Carlos (2001): “Espectacularización en la cobertura informativa de las elecciones mexicanas a la Presidencia, en México” en *Revista de la Facultad de Comunicación* volumen XIV nº 1. Pamplona, Universidad de Navarra.
- MÜLLER, John (1990): *La noticia interpretada*. Santiago de Chile, Editorial Atena.
- QUESADA, Monserrat (1984): *La entrevista, obra creativa*. Barcelona, Mitre.
- STAMBUK, Patricia (1999): “El desequilibrio informativo en Chile: discriminación de la noticia regional en la prensa nacional” en *Revista Latina* nº 44. <http://www.ull.es/publicaciones/latina>
- SUNKEL, Guillermy GEOFFROY, Esteban (2001): *Concentración económica de los medios de comunicación*. Santiago de Chile, LOM Ediciones.

## HEMEROTECA

Revistas de Chile: *Caras, Cosas, Qué Pasa, Vea, Ercilla*  
*El Mercurio*, cuerpo de reportajes del domingo  
*La Tercera*, cuerpo de reportajes del domingo  
*La Segunda*, edición de los viernes

(Artículo recibido el 14 de abril de 2002. Aceptado el 10 de mayo de 2002)